

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan suatu kebutuhan penting pada era modern ini. Pendidikan salah satu modal investasi untuk masa kini dan masa depan, bila dilihat banyak manfaat yang di dapat apabila seseorang memiliki suatu disiplin ilmu atau pendidikan yang berkualitas, dengan mempunyai pendidikan yang baik, dampaknya tidak hanya pada jangka pendek tetapi untuk jangka panjang. Pengaruh jangka panjang yang bermanfaat salah satunya yaitu pengaruh karir seseorang apabila sudah masuk dunia kerja profesional, selain itu pula pada jangka pendek, pendidikan bisa dijadikan suatu investasi karena dengan adanya pendidikan yang baik maka ilmu yang kita dapatkan tidak akan pernah mengalami stagnansi, dengan bermodalkan pendidikan yang berkualitas maka kita bisa mengembangkan ilmu yang diperoleh pada setiap aspek kehidupan.

Untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas, berkompeten, dan bisa dijadikan investasi masa depan, maka harus di dukung suatu lembaga pendidikan yang mampu memberikan kualitas pelayanan jasa pendidikan yang mampu mewujudkan suatu pendidikan yang berkualitas

Hampir seluruh Universitas yang ada di Indonesia menawarkan berbagai macam program studi berstandar nasional, ada pula fakultas di suatu universitas yang memberikan jaminan untuk menyelenggarakan program pendidikan yang berkualitas atau berkompeten.

Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Citra Perguruan Tinggi Swasta adalah persepsi seseorang mengenai suatu citra Perguruan Tinggi Swasta dan persepsi-persepsi ini diciptakan melalui seluruh indera: penglihatan, pendengaran, penciuman, peraba, citra rasa dan perasaan yang dialami melalui penggunaan produk (lulusan, hasil penelitian, dosen), pelayanan kepada stake holder, lingkungan komersil dan komunikasi yang dilakukan oleh Perguruan Tinggi Swasta.

Perguruan Tinggi Swasta mempunyai citra yang kuat bila namanya dikenal luas dan mempunyai reputasi yang luar biasa. Apabila suatu perguruan tinggi sangat terkenal tapi tidak dipercaya maka perguruan tinggi tersebut tidak memiliki citra yang kuat. Begitu pula, perguruan tinggi tidak akan mempunyai citra yang kuat apabila dipercaya oleh hanya kelompok kecil orang.

Paradigma lama mengaggap pencitraan perguruan tinggi itu suatu hal yang tabu dalam arti tidak terlalu penting, diasumsikan masyarakat yang membutuhkan suatu perguruan tinggi, tetapi kini telah berubah yang terjadi malah sebaliknya, yakni perguruan tinggilah yang

membutuhkan masyarakat untuk bisa memperoleh calon mahasiswa. Untuk menciptakan citra lembaga pendidikan kepada stakeholder atau masyarakat, dibutuhkan akreditasi yang baik, kualitas pelayanan yang prima serta promosi yang menarik, untuk dapat menjaring mahasiswa baru.

Pada institusi pendidikan semestinya perlu di perhatikan konsep dari pelayanan jasa pendidikan, karena siswa atau mahasiswa di sini memiliki hak untuk memilih alternatif dan menentukan pelayanan jasa di bidang pendidikan yang mereka anggap paling terbaik. Universitas pastinya memiliki pilihan-pilihan fakultas sesuai dengan jurusan keilmuan masing-masing yang diinginkan mahasiswa

Pada kenyataannya tergantung pada minat dari calon mahasiswa itu sendiri, calon mahasiswa menginginkan spesifikasi institusi pendidikan yang seperti apa, kualifikasi pada kualitas pelayanan jasa pendidikan yang bagaimana, yang pada akhirnya akan kembali ke minat calon mahasiswa itu sendiri.

Minat adalah hasil dari pemikiran seseorang yang mana setelah memahami spesifikasi suatu produk maupun jasa, dan mempunyai kemauan untuk mencoba serta dapat memenuhi suatu kebutuhan, dalam hal ini adalah mahasiswa. Mahasiswa akan lebih memilih serta menilai apakah suatu program studi atau jurusan tersebut, yang dianggap belum diketahui mahasiswa, sehingga apabila suatu program studi atau jurusan

tersebut mampu memenuhi harapan *mahasiswa*, maka mahasiswa akan timbul suatu minat untuk mencoba dan mendaftar di program studi atau jurusan tersebut.

Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) adalah badan evaluasi mandiri yang menetapkan kelayakan program dan /atau satuan pendidikan pada jenjang pendidikan tinggi dengan mengacu pada Standar Nasional Pendidikan. BAN-PT mempunyai kewenangan untuk mengimplementasikan sistem akreditasi pada semua pendidikan tinggi yang ada di Indonesia, BAN-PT merupakan satu satunya badan akreditasi yang diakui oleh pemerintah.

Kewenangan ini termasuk juga dalam melaksanakan akreditasi bagi semua lembaga pendidikan tinggi (baik untuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN), Perguruan Tinggi Swasta (PTS), Perguruan Tinggi Agama (PTA) dan Perguruan Tinggi Kedinasan (PTK); program-program pendidikan jarak jauh bekerjasama dengan lembaga pendidikan tinggi di dalam negeri, yang ditawarkan oleh lembaga pendidikan tinggi dari luar negeri (untuk saat ini lembaga pendidikan tinggi dari luar negeri tidak dapat beroperasi secara legal di Indonesia).

Kualitas pelayanan yang baik diperlukan karena tingkat kompetisi pendidikan semakin meningkat dan teknologi pendidikan semakin berkembang, setiap lembaga perguruan tinggi berusaha menjalankan strategi dalam memenangkan kompetisi pendidikan. Salah satu caranya

adalah merangkul pelanggan dalam hal ini calon mahasiswa. Strategi ini merupakan strategi manajemen hubungan pelanggan yang seringkali dikenal dengan istilah manajemen pelanggan, yaitu pendekatan bisnis yang bertujuan untuk menciptakan, mengembangkan dan meningkatkan hubungan dengan calon mahasiswa secara seksama untuk meningkatkan nilai calon mahasiswa dan profitabilitas lembaga perguruan tinggi sehingga memaksimalkan nilai lembaga perguruan tinggi.

Promosi yang dilakukan lembaga perguruan tinggi merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari pihak lembaga perguruan tinggi yang biasanya dilakukan oleh bagian humas pada perguruan tinggi tersebut kepada masyarakat dalam hal ini calon mahasiswa atau pihak lain untuk mempengaruhi sikap dan perilaku calon mahasiswa tersebut. Tugas lembaga pendidikan dalam promosi yaitu memberitahu kepada calon mahasiswa atau masyarakat tentang ketersediaan program studi sesuai kebutuhan mereka dan jasa layanan yang tepatguna pada tempat yang tepat dan biaya pendidikan yang terjangkau.

Promosi adalah bagian penting dari setiap bauran pemasaran. Hampir seluruh calon mahasiswa menetapkan pilihannya dari banyak program studi yang tersedia. Agar berhasil memikat calon mahasiswa tidak hanya harus menawarkan program studi yang baik dengan biaya yang pantas, tetapi juga memberitahu calon mahasiswa tentang program studi yang dipilihnya dan dimana mereka bisa mendapatkan informasi

yang mereka butuhkan. Seluruh promosi bertujuan mempengaruhi perilaku calon mahasiswa tetapi tujuan promosi yang utama adalah memberitahukan, membujuk dan mengingatkan.

Terdapat tiga metode dasar promosi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Temuan ilmu perilaku dapat membantu lembaga perguruan tinggi untuk mengembangkan berbagai cara promosi sehingga komunikasi yang dilakukan akan efektif.

Universitas Slamet Riyadi Surakarta merupakan perguruan tinggi swasta yang didirikan oleh Yayasan Perguruan Tinggi Slamet Riyadi. Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) menetapkan metode pembelajaran efektif yang didukung sarana multimedia serta SDM handal dan profesional.

Universitas Slamet Riyadi Surakarta membuka 6 Fakultas, dengan 14 program studi dan 3 Program Pascasarjana. Adapun 6 fakultas tersebut adalah : Fakultas Hukum program studi ilmu hukum. Fakultas Ekonomi program studi Manajemen dan Akutansi. Fakultas KIP mempunyai program studi Bimbingan Koseling (BK), PPKn, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Guru SD (PGSD), pendidikan guru Paud (PGPAUD) dan Teknologi Informatika (TI). Fakultas ISIP mempunyai program studi Administrasi Negara, Ilmu Komunikasi dan Hubungan Internasional. Fakultas Pertanian program studi Agronomi dan Fakultas Teknologi dan Industri Pangan program studi Teknologi Hasil Pertanian.

Adapun 3 program sarjana yaitu : Magister Manajemen, Magister Ilmu Hukum dan Magister Administrasi Publik.

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dalam penelitian ini peneliti akan menguji kontribusi pencitraan perguruan tinggi, pencitraan yang meliputi : akreditasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat kuliah di program studi strata satu Universitas Slamet Riyadi oleh karena itu diambil judul penelitian “Kontribusi Pencitraan (Akreditasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi) terhadap Minat Kuliah di Universitas Slamet Riyadi”.

B. Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah pada penelitian ini berdasarkan pada minat kuliah yang cenderung kurang pada suatu pelayanan jasa terutama di bidang layanan jasa pendidikan, menyebabkan berkurangnya perolehan jumlah mahasiswa yang akan mendaftarkan diri program studi pada lembaga perguruan tinggi tersebut. Sumber permasalahan pada pencitraan (akreditasi, kualitas pelayanan dan promosi) yang buruk dari perguruan tinggi tersebut akan berdampak pada berkurangnya minat kuliah pada mahasiswa baru.

Hal tersebut berdasarkan pengamatan serta temuan, peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Ketidaktahuan mahasiswa tentang akreditasi institusi perguruan tinggi dan program studi yang dipilihnya.
2. Adanya permasalahan pada kualitas pelayanan yang dianggap kurang baik dalam pelayanannya sehingga membuat mahasiswa baru cenderung enggan untuk mendaftar pada program studi tersebut.
3. Adanya permasalahan pada promosi yang dilakukan kurang berdampak positif sehingga informasi tentang jasa pendidikan yang ditawarkan tidak di respon dengan baik oleh masyarakat atau mahasiswa.
4. Rendahnya minat kuliah menjadikan semakin ketat persaingan antar perguruan tinggi

C. Pembatasan Masalah

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini meliputi : minat kuliah, akreditasi, kualitas pelayanan dan promosi. Variabel – variabel tersebut dipilih karena berkenaan dengan hubungan langsung yang dialami para mahasiswa baru dalam menentukan suatu pilihan program studi yang dipilihnya

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan diatas, maka masalah yang muncul dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Adakah kontribusi akreditasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat kuliah mahasiswa baru di Universitas Slamet Riyadi Surakarta?
2. Adakah kontribusi akreditasi terhadap minat kuliah mahasiswa baru di Universitas Slamet Riyadi Surakarta?
3. Adakah kontribusi kualitas pelayanan terhadap minat kuliah mahasiswa baru di Universitas Slamet Riyadi Surakarta?
4. Adakah kontribusi promosi terhadap minat kuliah mahasiswa baru di Universitas Slamet Riyadi Surakarta?

E. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk :
 - a. Untuk menguji kontribusi akreditasi, kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat kuliah mahasiswa baru di Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
 - b. Untuk menguji kontribusi akreditasi terhadap minat kuliah mahasiswa baru di Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
 - c. Untuk menguji kontribusi kualitas pelayanan terhadap minat kuliah mahasiswa baru di Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
 - d. Untuk menguji kontribusi promosi terhadap minat kuliah mahasiswa baru di Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis : diharapkan hasil penelitian ini berguna untuk pengetahuan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan kontribusi pencitraan (akreditasi, kualitas pelayan dan promosi) terhadap minat kuliah di Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
2. Secara praktis : hasil penelitian secara praktis diharapkan dapat berguna : (a) Bagi mahasiswa yang ada di Universitas Slamet Riyadi Surakarta, dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh pencitraan (akreditasi, kualitas pelayanan dan promosi) terhadap minat kuliah di Universitas Slamet Riyadi Surakarta (b) Bagi program studi Universitas Slamet Riyadi Surakarta hasilnya dapat memperkaya bahan referensi yang dapat digunakan mahasiswa lain sebagai bahan kajian dalam menambah wawasan ilmu, serta (3) bagi peneliti lain, dapat dijadikan perbandingan dalam melakukan penelitian yang sejenis, untuk mencari permasalahan yang ada diluar pembahasan masalah dalam penelitian ini.